von **Mag. iur Christoph Engel**

„Blitzversand“: Wenn wettbewerbsrechtlich der Blitz einschlägt

Schlagwortwerbung kann gefährlich sein: Kürzlich traf es einen bei eBay tätigen Händler, der seine Angebote mit der Angabe „Blitzversand“ dekorierte. Leider entsprach hier die Praxis nicht ganz der Theorie – die Inanspruchnahme des „Blitzversandes“ war für den Käufer doch recht umständlich, ohne dass hierauf in der Werbung hingewiesen wurde.

Ausgangslage

Der Händler hatte das Wort „Blitzversand“ in großer Schrift und an auffälliger Stelle in die Angebotsseite eingefügt, ohne jedoch zugleich auf die Bedingungen für diese Versandart hinzuweisen. Auch ein Verweis etwa in Form eines Sternchenhinweises war nicht erfolgt.

Erst in der Artikelbeschreibung konnte der interessierte Kunde lesen, was der Händler unter Blitzversand verstand wie man in den Genuss dieser Serviceleistung kommen sollte:

> *„Sofortlieferung für unsere Kunden aus Deutschland! Bei Rechnungsbeträgen unter 300,00 € haben Sie die Möglichkeit die Ware unter folgenden Bedingungen und Voraussetzungen als Sofortlieferung zu erhalten:*
> *Wenn Ihr eBay-Mitgliedsprofil mehr als 20 positive Bewertungen aufweist und keine negativen Bewertungen zum Thema Zahlungen vorliegen, reicht uns eine kurze Info in der Kaufabwicklung, dass die Überweisung veranlasst wurde oder sofort veranlasst wird. Wir werden die Ware dann sofort versenden!*
> *Alle anderen deutschen Mitglieder können uns eine Zahlungsbestätigung (Kopie/Screenshot der Überweisung) per E-Mail oder Fax zusenden, auch dann versenden wir die Ware sofort! Das ist echter ‚BLITZVERSAND‘, oder nicht?“*

Gerichtliche Bewertung

Das LG Frankfurt a.M. tendierte zu „oder nicht“ und stufte die Schlagwortwerbung als irreführend ein (Urt. v. 09.02.2011, Az. 3-8 O 120/10).

Zunächst einmal konnte der Händler sein Versprechen nicht halten: Bei einem Testkauf ging ein am 22.09.2010 bezahltes Produkt erst am 29.09.2010 beim Käufer ein – unter „Blitzversand“ versteht man nun wirklich etwas anderes.

Wesentlich schwerwiegender ist allerdings die Irreführung des durchschnittlichen Verbrauchers durch

die blickfangmäßige Schlagwortwerbung in Verbindung mit den maßlos komplizierten Versandbedingungen. Ob eine solche Werbung nun unrichtig oder missverständlich und dadurch geeignet ist, eine Fehlvorstellung beim Verbraucher hervorzurufen, bestimmt sich maßgeblich danach, wie dieser die Werbung aufgrund ihres Gesamteindrucks versteht. Und der durchschnittliche Verbraucher versteht unter „Blitzversand“ nicht das, was der Händler in seiner Artikelbeschreibung zusammenphantasiert hat:

> *„Ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher wird unter Blitzversand verstehen, dass die bestellte Ware ohne Ausnahme – unabhängig vom Rechnungsbetrag – umgehend nach Bestellung verschickt wird.*
> *Das richtige Verständnis der blickfangmäßigen Angabe erschließt sich einem durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher aber erst dann, wenn er die Angaben unter ‚Sofortlieferung für unsere Kunden aus Deutschland!‘ liest.*
> *Danach ist unter ‚BLITZVERSAND‘ zu verstehen, dass ein solcher Versand nur bei Rechnungsbeträgen unter 300,00 € möglich ist und zusätzlich erfordert, dass der Käufer 20 positive Bewertungen aufweist, keine negativen Wertungen zum Thema Zahlungen vorliegen und der Verkäufer informiert wird, dass die Überweisung veranlasst wurde, oder eine Zahlungsbestätigung verschickt wird.*
> *Ohne diesen aufklärenden Hinweis wird ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher ein solches Verständnis des Begriffs ‚BLITZVERSAND‘ nicht haben und deshalb einer Fehlvorstellung unterliegen.“*

Konsequenzen

Die Werbung des Händlers ist irreführend, somit lag ein Wettbewerbsverstoß vor – im zugrundeliegenden Fall wurde der Händler dementsprechend völlig zurecht von einem Konkurrenten abgemahnt.
Die Werbung wäre – so das Gericht – jedoch juristisch noch zu retten gewesen, hätte der Händler an ebenso prominenter Stelle wie das Wort „Blitzversand“ ein wenig Aufklärungsarbeit betrieben:

> *„Allerdings kann in solchen Fällen eine irrtumsausschließende Aufklärung durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis erfolgen, wenn dieser am Blickfang teil hat, dadurch die Zuordnung zu den herausgestellten Angaben gewahrt bleibt sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar ist […]. Eine solche Zuordnung kann durch ein Sternchen oder eine hochgestellte Ziffer erfolgen.“*

Kommentar

Blickfangwerbung, im Speziellen Schlagwortwerbung, ist wettbewerbsrechtlich ein heikles Thema: Der Grat zwischen (noch) legaler Aufmerksamkeitserzeugung und bereits rechtswidriger Irreführung ist ziemlich schmal, wie auch der geschilderte Fall recht anschaulich zeigt. Bei Blickfangmäßig herausgestellten Schlagwörtern, die auf besonderen Service seitens des Händlers hinweisen, sollte beachtet werden:

- Das Schlagwort muss beim Verbraucher eine Vorstellung erwecken, die dann auch tatsächlich auf den gebotenen Service zutrifft.
- Sicherheitshalber sollten in unmittelbarer Nähe des Schlagwortes die genauen Bedingungen und Umstände der Serviceleistung erläutert werden – notfalls kann dies auch durch einen Sternchenhinweis geschehen.

Dennoch sei empfohlen, Blickfang- bzw. Schlagwortwerbung nicht freihändig zu gestalten, sondern hierfür professionelle Unterstützung zu suchen – und zwar möglichst bevor die Konkurrenz auf dumme Gedanken kommt.

Autor:
Mag. iur Christoph Engel
(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)